

IDENTIFIKASI POTENSI DAN PENGEMBANGAN PRODUK WISATA SERTA KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA (Studi Kasus Di Pantai Bangsring, Kabupaten Banyuwangi)

Muhammad Arif Budiman

M. Kholid Mawardi

Luchman Hakim

Fakultas Ilmu Administrasi

Universitas Brawijaya

Malang

Email: arifbudiman2694@hotmail.com

ABSTRACT

Bangsring Beach is one of the beaches in Banyuwangi Regency. Bangsring Beach have the potention of natural resources to become tourism object. Tourism product development in Bangsring beach can increase the tourist visit and tourist satisfaction. This Research is use descriptive qualitative and quantitative mothods. This reaserch is purposed to (1) identified natural resources in Bangsring Beach. (2) described the tourism product development in Bangsring Beach. (3) described tourist satisfaction of tourism product in Bangsring Beach. Data source of this research from informan, questionnaire, observation, and documentation in Bangsring beach. Data analysist of this research used four stages which is data collection, data reduction, data presentation, and conclusion withdrawal. Potention of natural resources in Bangsring beach is various of soft coral, hard coral, and fish. The natural resources potention in Bangsring beach spread to various location which is Rumah Apung, coral garden, and core zone. Tourism product in Bangsring Beach is Rumah Apung, canoe, snorkeling, scuba diving, and transportation service to Tabuhan Island and Menjangan Island. Tourist satisfaction of tourism product in Bangsring Beach is tourist are satisfied to tourism product in Bangsring Beach but Bangsring beach have to increase the clineliness of the beach and the facility.

Keywords: *Tourism Potention, Tourism Product Development, Tourist Satisfaction, Bangsring Beach.*

ABSTRAK

Pantai Bangsring merupakan salah satu pantai yang ada di Kabupaten Banyuwangi. Pantai Bangsring memiliki sumberdaya alam yang berpotensi sebagai objek wisata. Pengembangan produk wisata di Pantai Bangsring memungkinkan pengelola untuk meningkatkan jumlah kunjungan dan kepuasan wisatawan. Penelitian ini menggunakan metode diskriptif kualitatif dan kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengidentifikasi potensi sumberdaya alam yang ada di Pantai Bangsring, (2) Mendiskripsikan pengembangan produk pariwisata yang ada di Pantai Bangsring. (3) Mendiskripsikan tingkat kepuasan wisatawan terhadap produk-produk pariwisata yang ada di Pantai Bangsring. Sumber data diperoleh dari informan, observasi, dokumentasi. Analisis data menggunakan empat tahap yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Potensi sumberdaya alam di Pantai Bangsring meliputi berbagai macam karang lunak dan karang keras serta ikan hias yang hidup di Pantai Bangsring. Potensi sumberdaya alam di Pantai bangsring tersebar di beberapa titik di Pantai Bangsring yaitu Rumah Apung, *Coral garden*, dan zona inti. Produk wisata yang di tawarkan di Pantai Bangsring meliputi rumah apung, *snorkeling*, *scuba diving*, *canoe*, perahu wisata, dan transportasi menuju Pulau Tabuhan dan Pulau Menjangan. Tingkat kepuasan Pengunjung di Pantai Bangsring terhadap produk wisata adalah puas, namun masih ada beberapa faktor yang perlu diperbaiki seperti kebersihan Pantai Bangsring dan kebersihan fasilitas di Pantai Bangsring.

Kata Kunci: **Potensi Wisata, Pengembangan produk wisata, Kepuasan wisatawan dan Pantai Bangsring**

PENDAHULUAN

Banyuwangi merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Timur yang berada di ujung paling timur Provinsi Jawa Timur. Di sebelah utara, Banyuwangi berbatasan dengan Kabupaten Situbondo. Sedangkan, sebelah timur berbatasan dengan Selat Bali dan sebelah selatan berbatasan dengan Samudra Hindia. Secara geografis Banyuwangi terletak pada koordinat 7°45'15"-80°43'2" Bujur timur. Posisi tersebut membuat Banyuwangi memiliki keragaman pemandangan alam, kekayaan seni dan budaya, serta adat tadisi (Disbudpar, 2015)

Sebelah timur Kabupaten Banyuwangi yang berbatasan dengan Selat Bali menyebabkan pantai-pantai di sebelah timur Kabupaten Banyuwangi memiliki arus yang tenang dan dapat diakses dengan mudah karena terdapat di sepanjang jalan menuju Kabupaten Banyuwangi (Disbudpar, 2015). Salah satu pantai tersebut adalah Pantai Bangsring. Pantai Bangsring merupakan Pantai yang terletak di Dusun krajan, Desa Bangsring, Kecamatan Wongsorejo, Banyuwangi. Pantai bangsring merupakan salah satu Pantai yang menjadi destinasi unggulan di Kabupaten Bangsring karena di Pantai Bangsring pengunjung dapat melakukan aktivitas seperti *snorkeling* dan *scuba diving*. Arus yang tenang di Pantai Bangsring memberikan kenyamanan dan keamanan kepada wisatawan yang akan melakukan kegiatan *snorkeling* atau *scuba diving*.

Pantai Bangsring mempunyai potensi sumberdaya alam bahari yang unik dan pantai yang asri. Alam bawah laut Pantai Bangsring menyimpan berbagai macam *soft coral* dan *hard coral* dan berbagai macam biota laut yang hidup di sekeliling terumbu karang. Lokasi Pantai Bangsring yang berdekatan dengan Pulau Tabuhan dan Pulau Menjangan menjadikan Pantai Bangsring sebagai salah satu tempat yang strategis sebagai pemanfaatan potensi alam sebagai tujuan wisata.

Kepuasan pengunjung terhadap produk atau atraksi wisata yang ada di Pantai Bangsring dapat meningkatkan jumlah pendapatan dan kunjungan wisatawan. Kepuasan pengunjung Pantai Bangsring terhadap produk atau atraksi wisata merupakan hal yang sangat penting bagi Pantai Bangsring agar selalu memberikan pelayanan dan fasilitas yang baik kepada para pengunjung Pantai Bangsring. Perbaikan dan peningkatan terhadap atribut yang masih kurang baik diharapkan dapat menjadi bahan kajian oleh pengelola Pantai Bangsring.

Pengembangan produk atraksi wisata di Pantai Bangsring sangatlah di butuhkan guna meningkatkan minat kunjungan di Pantai Bangsring. Produk yang pada awalnya ditawarkan di Pantai Bangsring hanya *snorkeling*, *scuba diving*, dan transportasi menuju Pulau Tabuhan dan Pulau Menjangan. Pengembangan produk atraksi wisata perlu untuk dilakukan untuk mendiversifikasikan produk atraksi wisata yang sudah ada di Pantai Bangsring sehingga pengunjung di Pantai Bangsring dapat menghabiskan waktu lebih lama di Pantai Bangsring. Atas dasar itulah peneliti mengambil judul "Identifikasi Potensi dan Pengembangan Produk Pariwisata serta Kepuasan Wisatawan terhadap Produk Pariwisata (studi pada Pantai Bangsring, Kabupaten Banyuwangi).

KAJIAN PUSTAKA

Pariwisata Bahari

Wisata Bahari menurut Muljadi & Warman (2014: 219) adalah suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang yang bersifat sementara untuk menikmati atau menyalurkan hobi yang berhubungan dengan kelautan, misalnya menyelam, berenang, berselancar, memancing dan lain – lain.

Menurut Muljadi & Warman (2014: 219) salah satu kegiatan wisata bahari yang terkenal di dunia adalah "diving" atau menyelam. Diperkirakan terdapat divers atau penyelam lebih dari empat juta orang di dunia, kebanyakan berasal dari Amerika Serikat, Australia dan Inggris. Daerah tujuan pariwisata untuk diving yang baik memiliki syarat – syarat sebagai berikut:

- a. Lingkungan laut yang sehat dan tidak kotor
- b. Informasi tentang rute perjalanan;
- c. Terdapat variasi atraksi lokasi diving;
- d. Keindahan pemandangan alam laut;
- e. Banyak pesona bawah laut yang menarik.

Produk Wisata

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar orang tertarik perhatiannya, ingin memperolehnya, menggunakannya dan mengkonsumsinya untuk memenuhi keinginan atau kebutuhannya (Kotler & Gary 2008). Alma (2011) menyatakan bahwa produk bukan hanya berbentuk sesuatu yang berwujud saja, tetapi juga sesuatu yang tidak berwujud seperti pelayanan jasa. Semua diperuntukkan guna memuaskan kebutuhan dan memuaskan keinginan. Menurut Yoeti (2008: 211) Produk wisata sebagai salah satu

obyek penawaran dalam pemasaran pariwisata memiliki unsur-unsur utama yang terdiri 3 bagian :

1. Atraksi objek wisata yang termasuk didalamnya citra yang dibayangkan oleh wisatawan.
2. Fasilitas yang dimiliki daerah tujuan wisata, meliputi akomodasi, usaha pengolahan makanan, parkir, transportasi, rekreasi dan lain-lain.
3. Kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata tersebut atau aksesibilitas.

Sedangkan menurut Rahayu (2010:125), Atribut produk wisata mencakup:

1. *Destination Attraction*
2. *Destination Facilities and service*
3. *Accessibilities of Destination*
4. *Image of Destination*
5. *Price To The Customer*

Pengembangan Produk Wisata

Premono dan Kunarso (2008) menyatakan bahwa keragaman produk sangat berpengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan. Pengembangan terhadap produk wisata dapat dilakukan melalui pengemasan secara optimal komponen-komponen pembentuknya. Perjalanan wisata ke DTW dapat terpuaskan jika didukung oleh pengemasan produk wisata yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengunjung. mencontohkan penataan DTW di Bali, yakni penataan objek wisata Danau Kintamani. Danau Kintamani merupakan atraksi inti dengan pendukungnya adalah kesenian tari Barong, kerajinan perak, Pasar Sukowati, dan Pemandian Tirta Empul. Jarak antara objek inti dan pendukung yang dekat dan rutenya dirancang berbentuk lingkaran (cycle) sehingga dapat kembali ke tempat keberangkatan semula dengan mudah dan dalam waktu singkat (Fiatiano 2007).

Fiatiano (2007) menyatakan bahwa pengembangan produk wisata dapat disempurnakan dengan adanya komitmen dan kerjasama antara penyelenggara kepariwisataan seperti pemerintah daerah, jasa-jasa kepariwisataan dan masyarakat disekitar objek. Kewajiban pemerintah daerah adalah merencanakan pembangunan, pengorganisasian, pemeliharaan dan pengawasan dalam segala sektor yang mendukung kegiatan pariwisata. Industri jasa harus memberikan pelayanan yang unggul dalam diferensiasi dan inovasi produk. Masyarakat ikut berpartisipasi dalam bersikap menerima

kedatangan wisatawan, ikut terlibat dalam mengambil keputusan pembangunan pariwisata dan berpartisipasi dalam memelihara sarana-sarana yang terdapat di objek wisata. Selain itu, masyarakat ikut andil mendukung kegiatan pariwisata dalam bentuk penjualan produk khas daerah tersebut dengan tetap memperhatikan faktor higienis dan sanitasinya serta pelayanannya.

Kepuasan Wisatawan

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskofirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan aktual kinerja produk yang dirasakan (Oliver dalam Supranto, 2006: 233). Sedangkan menurut Engel (dalam Tjiptono, 2008:161) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Dari pengertian para ahli tersebut dapat diartikan bahwa kepuasan wisatawan adalah perbandingan antara kinerja produk yang dihasilkan dengan kinerja yang dirasakan oleh wisatawan. Jika berada di bawah harapan, wisatawan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, wisatawan puas. Jika kinerja melebihi harapan, wisatawan amat puas atau senang.

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan dalam mengukur atau memantau kepuasan pelanggannya (Tjiptono, 2004), yaitu:

1. Sistem keluhan dan sasaran
2. Survei kepuasan pelanggan
 - a) *Directly Reported Satisfaction*
 - b) *Derived Dissatisfaction*
 - c) *Problem Analysis*
 - d) *Importance Performance Analysis*
 - e) *Ghost Shopping*
 - f) *Lost Customer Analysis*

Beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan, diantaranya (Tjiptono, 2004:161):

- a) *Relationship Marketing Strategy*
- b) *Superior Customer Service Strategy*
- c) *Unconditional Guarantess/Extraordinary Guarantees Strategy*

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan campuran (mix

Method) dimana penelitian dilakukan dalam dua tahap, penelitian kualitatif terlebih dahulu dengan melakukan wawancara dan observasi mengenai potensi dan pengembangan produk wisata setelah itu dilanjutkan dengan pendekatan kuantitatif menggunakan kuesioner pada sejumlah sampel sebagai data pendukung mengenai kepuasan wisatawan terhadap produk wisata. Metode deskriptif dipilih dalam penelitian ini karena penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan dengan lebih teliti suatu variabel, gejala, atau keadaan dari objek yang diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan potensi dan pengembangan produk dari objek wisata Pantai Bangsring.

Fokus Penelitian

1. Mengidentifikasi potensi sumberdaya alam yang ada di Pantai Bangsring:
2. Mendiskripsikan pengembangan atraksi wisata yang ada di Pantai Bangsring:
 - a. Atraksi wisata yang ada di Pantai Bangsring.
 - b. Pengembangan atraksi wisata di Pantai Bangsring

Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di lokasi penelitian yang dipilih adalah Kabupaten Banyuwangi. Lokasi ini dipilih karena merupakan salah satu kota yang memiliki beberapa destinasi populer seperti Kawah Ijen, Taman Nasional Alas Purwo, dan Taman Nasional Meru Betiri. Situs penelitian yang dipilih adalah Pantai Bangsring yang terletak di Dusun krajan, Desa Bangsring, Kecamatan Wongsorejo, Banyuwangi. Situs ini dipilih karena merupakan destinasi yang baru berkembang di Kabupaten Banyuwangi dan merupakan salah satu tempat wisata bahari terbaik di Kabupaten Banyuwangi dengan arus yang tenang dan mudah di jangkau oleh wisatawan yang ingin berkunjung

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti antara lain: Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi. Adapun instrument penelitian yang digunakan ialah: peneliti, pedoman wawancara, alat perekam, kamera dan alat tulis menulis.

Analisis Dan Keabsahan Data

Analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah model Miles dan Huberman. Terdapat beberapa aktivitas dalam menganalisis data berupa

data reduction, data display, conclusion drawing/verification dan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi.

Populasi Dan Sampel

Untuk penelitian kuantitatif, populasi penelitian ini ialah wisatawan yang berkunjung di Pantai Bangsring. Didapatkan sampel sebanyak 150 orang. Dan Pengukuran dengan Rumus Customer Satisfaction Index (CSI). Menurut Aritonang dan Lerbin (2005) CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Potensi Bawah Laut Pantai Bangsring

Pantai Bangsring memiliki beberapa zona yang dapat dinikmati oleh wisatawan antara lain zona inti dan zona pemanfaatan. Zona inti Pantai Bangsring memiliki luas 1 hektar yang memiliki fungsi sebagai tempat pelestarian terumbu karang dan ikan hias. Zona pemanfaatan di Pantai Bangsring meliputi area di sekitar zona inti yang digunakan sebagai tempat para pengunjung Pantai Bangsring untuk menikmati dan melakukan kegiatan pariwisata diantaranya *jetski, banana boat, snorkeling, dan scuba diving*. Pada area zona Pemanfaatan terdapat rumah apung yang dipergunakan sebagai tempat pengembang biakan ikan hias yang nantinya akan dilepas di perairan Pantai Bangsring dan Pulau Tabuhan. Area sekitar zona inti dan di area rumah apung terdapat *fish apartment* yang dipergunakan untuk melindungi beberapa jenis ikan kecil maupun bayi ikan (*baby fish*) dan sebagai tempat alternatif bagi jenis-jenis ikan karang untuk bermain.

Potensi terumbu karang di pantai bangsring masih dalam kondisi yang baik dan menyebar di perairan Pantai Bangsring. Pengunjung dapat melihat terumbu karang mulai pada kedalaman 1 sampai 15 meter dibawah permukaan laut. Visibilitas di pantai bangsring sangatlah baik dimana pengunjung yang akan menikmati keindahan terumbu karang dapat melihatnya dari atas permukaan laut sampai dengan kedalaman 10 meter. Pengunjung dapat melihat berbagai macam jenis terumbu karang baik karang keras (*hard coral*) maupun karang lunak (*soft coral*) dengan berbagai bentuk dan warna. Kegiatan coral transplant yang dilakukan oleh pengelola Pantai Bangsring menjadikan kekayaan alam bawah laut di Pantai Bangsring terjaga. Kondisi inilah yang

menyebabkan potensi terumbu karang yang ada di Pantai Bangsring masih layak untuk dijadikan atraksi terhadap pengunjung Pantai Bangsring.

Potensi bawah laut Pantai Bangsring sangatlah beragam. Kehidupan bawah laut di Pantai Bangsring memiliki beberapa keunikan dikarenakan letaknya yang berada di Selat Bali. Ikan hias yang hidup di Pantai Bangsring sangatlah beragam. Keberagaman ikan hias di Pantai Bangsring dapat disaksikan mulai dari kedalaman 1 meter sampai kedalaman 15 meter dibawah permukaan air laut. Pada kedalaman 1 meter mudah untuk menemukan koloni Ikan Neon Damsel, Bintang Laut Biru, *Clown Fish*, Ikan Jai-jai, Ikan Betok Kuning, Anemon, jenis karang tanduk, karang nanasan, dan karang seroja. Pada kedalaman lebih dari 3 meter terdapat kegiatan transplantasi terumbu karang dan sangat mudah untuk menemukan ikan *Angel fish*, *Lion Fish*, Ikan Buntal, ikan ketambak, ikan hiu, ikan suliran ekor kuning, karang payungan keriting, karang seroja duri, karang aut-aut, dan *Schooling fish* dimana ikan bergelombol dan berenang secara terkoordinasi.

Pengembangan Produk atraksi wisata di Pantai Bangsring

Pantai Bangsring pada awalnya merupakan pantai yang diperuntukkan masyarakat sekitar Pantai Bangsring sebagai tempat penangkapan ikan hias. Penangkapan ikan hias yang tidak ramah lingkungan kemudian menyebabkan terumbu karang rusak dan ikan hias semakin berkurang. Kemudian pada tahun 2008 dibentuk kelompok yang diberi nama Kelompok Nelayan Ikan Hias Samudera Bakti.

Kegiatan wisata di Pantai Bangsring diawali dengan proses perubahan kebiasaan penangkapan ikan yang tidak ramah lingkungan. Setelah berdirinya kelompok nelayan, nelayan di Pantai Bangsring melakukan kegiatan konservasi dengan tujuan untuk memperbaiki terumbu karang yang rusak dan menambah spesies ikan. Kemudian setelah kegiatan konservasi tersebut berhasil terbentuklah Pantai Bangsring sebagai destinasi wisata.

Produk wisata yang ditawarkan di Pantai Bangsring pada awalnya hanya *snorkeling*, *diving* dan angkutan menuju Pulau Tabuhan dan Pulau Menjangan. Akan tetapi permintaan pengunjung Pantai Bangsring meningkat sehingga perlu adanya pengembangan produk. Pengembangan produk yang dilakukan oleh pengelola Pantai Bangsring antara lain: perahu wisata, rumah apung, dan

banana boat. Sedangkan untuk fasilitas antara lain: balai-balai, rumah baca, kursi pantai, dan penambahan toilet. Pengembangan produk wisata dan fasilitas tersebut bertujuan untuk mengakomodasi keinginan dan kenyamanan pengunjung Pantai Bangsring.

Pengembangan produk yang ada di Pantai Bangsring bertujuan untuk menambah omset nelayan dan masyarakat sekitar. Selain itu pengembangan produk dilakukan untuk melakukan diversifikasi usaha nelayan dan masyarakat sekitar.

Dampak yang ditimbulkan dengan adanya kegiatan pariwisata di Pantai Bangsring tidak hanya di nikmati oleh anggota kelompok nelayan, namun dapat dirasakan pula oleh masyarakat diluar anggota kelompok nelayan. Salah asatu dampak yang ditimbulkan dengan adanya kegiatan wisata di Pantai Bangsring yaitu pendapatan masyarakat meningkat, dan tingkat pengangguran berkurang. Pendapatan yang diperoleh dimanfaatkan oleh pengelola Pantai Bangsring untuk melakukan perbaikan jalan, lampu penerangan jalan, dan membantu aktifitas sosial masyarakat sekitar Pantai Bangsring.

Pengembangan produk yang ada di Pantai Bangsring sangatlah tergantung terhadap kegiatan konservasi terumbu karang yang dilakukan oleh pengelola. Semakin meningkat kegiatan konservasi yang di lakukan oleh pengelola Pantai Bangsring maka kegiatan wisata bahari yang ditawarkan akan meningkat.

Pengembangan atraksi wisata di Pantai Bangsring merupakan usaha yang dilakukan oleh masyarakat sekitar Pantai Bangsring, bantuan dari Kementrian kelautan dan bantuan dari perusahaan swasta. Bantuan dari Kementrian kelautan dan bantuan dari perusahaan swasta yaitu rumah apung, sarana penunjang seperti dermaga perahu dan perahu wisata.

Pengembangan atraksi wisata di Pantai Bangsring perlu dilakukan agar pengunjung Pantai Bangsring tidak merasa bosan, hal ini sesuai dengan pendapat Yoeti (2008) Permintaan terhadap produk dan fasilitas sangat erat kaitannya dengan kebutuhan wisatawan selama dalam perjalanan wisata yang dilakukannya. Pengembangan Atraksi sendiri berguna sebagai diversifikasi produk atraksi wisata. Pengembangan produk atraksi wisata juga dapat digunakan sebagai sarana untuk memelihara ekosistem terumbu karang di Pantai Bangsring sehingga pengunjung Pantai Bangsring tidak hanya *snorkeling* di Pantai Bangsring namun pengunjung juga dapat melakukan aktivitas yang lain.

Pengembangan produk atraksi wisata erat kaitannya dengan peningkatan pendapatan, dengan adanya atraksi baru di Pantai Bangsring memungkinkan menarik perhatian pengunjung baru. Pertambahan jumlah pengunjung tersebut memiliki potensi untuk meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar Pantai Bangsring. Premono dan Kunarso (2008) menyatakan bahwa keragaman produk sangat berpengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan.

Pengembangan atraksi wisata di Pantai Bangsring berpotensi untuk menambah bisnis baru yang dapat dilakukan oleh masyarakat seperti homestay atau penginapan untuk mengakomodasi pengunjung di Pantai Bangsring atau berupa shuttle car bagi pengunjung yang menggunakan bus besar. Hal ini sesuai dengan pendapat Yoeti (2008) yang menyatakan bahwa uang yang dibelanjakan wisatawan, setelah dibelanjakan tidak berhenti beredar, akan tetapi berpindah dari satu tangan ke tangan orang lain atau dari suatu perusahaan ke perusahaan lain (yang berkaitan dengan pariwisata).

Produk atraksi Wisata di Pantai Bangsring

Produk wisata yang ada di Pantai Bangsring merupakan hasil dari pengembangan produk sebelumnya. Produk wisata yang sekarang ada di Pantai Bangsring meliputi:

- a. *Snorkeling*
- b. *Scuba diving*
- c. Perahu Wisata
- d. Banana Boat
- e. Transportasi Menuju Pulau Tabuhan dan Pulau Menjangan

Kepuasan Wisatawan Terhadap Atribut Produk Wisata Pantai Bangsring Tingkat kesesuaian Atribut Produk Wisata di Pantai Bangsring.

a. *Destination Attraction*

Atraksi wisata merupakan hal yang sangat penting bagi suatu destinasi, tanpa adanya atraksi pengunjung akan cepat merasa bosan dan destinasi yang ditawarkan menjadi kurang menarik. Pada penelitian ini rata-rata tingkat kesesuaian atribut *Destination attraction* adalah 88,35% yang berarti atraksi yang ada di Pantai Bangsring masih perlu untuk ditingkatkan agar sesuai dengan yang diinginkan oleh pengunjung. Fokus pada atribut *destination attraction* yaitu peningkatan kebersihan Pantai. Kebersihan Pantai memiliki tingkat kesesuaian sebesar 76,67% sehingga dapat

dikatakan pengunjung Pantai Bangsring masih merasa bahwa kebersihan pantai kurang baik.

b. *Facilities and Service of Destination*

Fasilitas dan pelayanan adalah atribut penting yang dibutuhkan oleh pengunjung Pantai Bangsring sehingga pengunjung merasa nyaman untuk berkunjung di Pantai Bangsring. Pada penelitian ini atribut *Facilities and service of destination* memiliki rata-rata tingkat kesesuaian sebesar 81,14%. Hal ini membuktikan bahwa pengelola Pantai Bangsring masih perlu untuk meningkatkan fasilitas dan pelayanan. Item yang perlu di perhatikan dalam atribut *facilities and service of destination* di Pantai Bangsring yaitu kebersihan fasilitas di Pantai Bangsring dengan tingkat kesesuaian sebesar 78,27%.

c. *Accesibilities to Destination*

Akses merupakan hal penting lainnya yang dibutuhkan oleh suatu destinasi agar pengunjung merasa nyaman untuk bepergian. Atribut *Accesibilities to destination* memiliki skor rata-rata tingkat kesesuaian sebesar 82,46% yang berarti bahwa pengunjung merasa akses menuju Pantai Bangsring realtif baik, namun pada item petunjuk arah pengunjung masih merasa belum baik dengan skor tingkat kesesuaian sebesar 79,32% hal ini membuktikan bahwa pengelola Pantai Bangsring sebaiknya memberikan tambahan petunjuk arah yang mudah terlihat untuk mencapai Pantai Bangsring.

d. *Destination Image*

Citra sebuah destinasi merupakan atribut yang perlu diperhitungkan dengan adanya citra destinasi yang baik maka memberikan potensi penambahan pengunjung di Pantai Bangsring. Atribut *destination image* di Pantai Bangsring memiliki rata-rata skor sebesar 85,98% hal ini membuktikan bahwa Pantai Bangsring memiliki citra yang baik oleh pengunjung Pantai Bangsring.

e. *Price to the customer*

Harga merupakan atribut yang diperhitungkan oleh pengunjung. Harga yang sesuai dengan pelayanan akan menimbulkan citra yang baik terhadap Pantai Bangsring. Atribut *price to the customer* memiliki rata-rata skor tingkat kesesuaian sebesar 92,92% yang berarti harga yang ditawarkan di Pantai Bangsring sesuai dengan Pelayanan yang di tawarkan.

Tabel 1. Hasil Perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI)

No.	Nama Item	MIS	WF	MSS	WS
1	Keberagaman wahana di Pantai Bangsring	3,57	0,07	3,50	0,24
2	keindahan bawah laut Pantai Bangsring	4,13	0,08	3,75	0,29
3	Kebersihan Pantai Bangsring	4,31	0,08	3,29	0,27
4	Kebersihan fasilitas	4,23	0,08	3,31	0,26
5	Keamanan dan kenyamanan alat yang disewakan	4,17	0,08	3,48	0,27
6	Keamanan dan kenyamanan alat transportasi	4,31	0,08	3,53	0,29
7	Kemudahan alat transportasi menuju Pantai Bangsring	3,93	0,07	3,39	0,25
8	Kemudahan akses jalan	4,03	0,08	3,30	0,25
9	Kemudahan menemukan Petunjuk Arah	4,09	0,08	3,25	0,25
10	Kenyamanan Pantai Bangsring	4,07	0,08	3,58	0,28
11	Keasrian Pantai Bangsring	4,23	0,08	3,55	0,28
12	Harga yang ditawarkan	3,57	0,07	3,64	0,26
13	Kesesuaian harga dengan pelayanan	4,13	0,08	3,67	0,29
TOTAL		52,79	1	45,24	3,48
Rata-rata		4,06		3,48	
Customer Satisfaction Index		0,70			

Sumber: Diolah penulis, 2017.

Rata-rata tingkat kesesuaian tiap atribut di Pantai Bangsring memiliki skor sebesar 86,67% sehingga pengelola Pantai Bangsring sebaiknya melakukan peningkatan terhadap tiap atribut. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Kotler dan Armstrong (2008) bahwa pengunjung dikatakan sangat puas jika nilai kesesuaian >100%, sehingga apabila suatu atribut memiliki nilai kesesuaian <100% diperlukan pengembangan terkait produk pariwisata di Pantai Bangsring.

Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Atribut Produk Wisata

Nilai customer satisfaction index (CSI) pengunjung Pantai Bangsring untuk atribut produk wisata adalah 0,70 (Tabel 1). Hal ini berarti bahwa

tingkat CSI terletak pada rentang 0.66—0.80 yang menunjukkan bahwa pengunjung Pantai Bangsring merasa puas terhadap produk wisata yang ada di Pantai Bangsring. Kepuasan pengunjung merupakan perasaan senang atau kecewa pengunjung yang didapat dengan membandingkan antara kesan terhadap kinerja pelayanan dengan harapan terhadap kinerja pelayanan tersebut (Kotler, 2000). Apabila kenyataannya sama dengan atau lebih dari hasil yang diharapkan, maka pengunjung akan puas. Nilai CSI menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pengunjung yang diperoleh belum mencapai rentang 0,81-1,00 yang berarti pengunjung merasa sangat puas saat mengunjungi Pantai Bangsring, Umar (2003) mengatakan bahwa kepuasan pengunjung dapat dianalisis dari dua dimensi yaitu dari harapan atas sesuatu dan kenyataan-kenyataan yang diterima pengunjung.

Rata-rata tingkat kepentingan atau Mean importance Score (MIS) yaitu 4,06 (Tabel 1). Hal ini berarti nilai rata-rata tingkat kepentingan atribut produk wisata terletak pada rentang $3,40 < MIS \leq 4,20$ sehingga menunjukkan pengunjung Pantai Bangsring merasa Penting untuk meningkatkan atau menambahkan kualitas atribut *destination attraction, facilities and service of destination, accessibilities to destination, destination image, price to the customer*. Peningkatan terhadap kualitas atribut produk wisata tersebut sangat penting untuk menunjang tingkat kepuasan pengunjung Pantai Bangsring.

Rata-rata tingkat pelaksanaan atau Mean Satisfaction Score (MSS) yaitu 3,48. hal ini berarti bahwa rata rata tingkat pelaksanaan atribut produk wisata di Pantai Bangsring berada pada rentang $3,40 < MSS \leq 4,20$ yang berarti bahwa pengelola Pantai Bangsring baik dalam melaksanakan atribut *destination attraction, facilities and service of destination, accessibilities to destination, destination image, price to the customer*. Nilai rata-rata MSS belum mencapai $4,20 < MSS \leq 5,00$ yang berarti masih ada faktor yang menyebabkan pengunjung belum merasa sangat baik dalam pengelolaan Pantai Bangsring. Pengelola sebaiknya meningkatkan kualitas dalam pelaksanaan atribut produk wisata untuk meningkatkan kepuasan pengunjung Pantai Bangsring.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Potensi bawah laut Pantai Bangsring sangat beragam. *Soft coral* dan *hard coral* yang ada

di Pantai Bangsring serta biota laut yang hidup di Pantai Bangsring sangat terjaga karena Pantai Bangsring merupakan Zona Perlindungan Bersama (ZPB) dan kawasan konservasi.

2. Pengembangan produk atraksi wisata di Pantai Bangsring merupakan usaha diversifikasi produk, sehingga kegiatan wisata di Pantai Bangsring tidak mengganggu usaha konservasi yang di lakukan. Selain itu, diversifikasi produk juga berguna untuk menambah jumlah kunjungan sehingga pendapatan masyarakat sekitar meningkat. Produk wisata yang di tawarkan di Pantai Bangsring antara lain *snorkeling*, *scuba diving*, banana boat, perahu wisata, rumah apung, dan Transportasi menuju Pulau Tabuhan dan Pulau Menjangan.
3. Nilai Customer Satisfaction Index (CSI) Pantai Bangsring untuk atribut produk wisata yaitu 0,70 yang berarti bahwa tingkat CSI terletak pada rentang 0,66-0,80 (tabel 4) yang menunjukkan bahwa pengunjung merasa puas terhadap atribut produk wisata di Pantai Bangsring. Rata-rata tingkat kesesuaian atribur produk wisata di Pantai Bangsring yaitu 86,17% yang berarti bahwa tingkat kesesuaian tersebut masih kurang dari 100% sehingga masih perlu ada perbaikan dan peningkatan terhadap atribut produk agar sesuai dengan harapan pengunjung Pantai Bangsring.

Saran

1. Pengelola sebaiknya mempertahankan kegiatan ekowisata yang ada di Pantai Bangsring agar sumberdaya alam bawah air di Pantai Bangsring dapat terjaga. Peningkatan kegiatan konservasi dan edukasi terhadap wisatawan akan pentingnya sumberdaya alam bawah laut lebih ditingkatkan agar wisatawan yang berkunjung tidak hanya bersenang-senang namun mendapatkan manfaat berupa ilmu pengetahuan mengenai kegiatan ekowisata, konservasi, dan sumberdaya alam bawah laut yang patut untuk dijaga.
2. Pengembangan produk wisata di Pantai Bangsring sebaiknya juga memperhatikan aspek lingkungan agar produk wisata yang ditawarkan di Pantai Bangsring ramah terhadap lingkungan alam bawah laut Pantai Bangsring.
3. Pengelola Pantai Bangsring sebaiknya meningkatkan kebersihan fasilitas dan Pantai

baik di daratan maupun di lautan. Hal ini akan berdampak pada meningkatkan kenyamanan pengunjung Pantai Bangsring. Pengelola juga sebaiknya menambah petunjuk arah untuk menuju Pantai Bangsring di tempat yang mudah terlihat oleh pengunjung yang akan mengunjungi Pantai Bangsring.

DAFTAR PUSTAKA

- A.J Muljadi. 2014. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Raja Grafindo Perkasa
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Penerbit Alfabeta
- Aritonang R, Lerbin R. 2005. *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta (ID): Gramedia Pustaka Utama.
- Edwin, Fiantino. 2007. *Tata Cara Mengemas Produk Wisata pada Daerah Tujuan Wisata*. Surabaya: FISIP Universitas Airlangga
- Fandeli, Chafid. 2001. *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta : Liberty
- Kotler P, Armstrong G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Jilid 1. Ed ke-12. Sabran B, penerjemah; Maulana A, Barnadi D, Hardani W, editor. Jakarta (ID): Erlangga. Terjemahan dari: *Principles of Marketing*, 12th Edition.
- Kurniasih, Nia. 2013. *Pengembangan Produk Wisata di Kawasan Wisata Terpadu TamanSari Kabupaten Bogor Provinsi Jawa Barat*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Muljadi, A. J., & Warman, A. H. 2014. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Premono, B. Tejo dan Kunarso, Adi. 2008. *Pengaruh Perilaku Pengunjung Terhadap Jumlah Kunjungan di Taman Wisata Alam Pundi Kayu Palembang*. Jurnal Penelitian Hutan dan Konservasi Alam V (5): 423-433.
- Rahayu, Agus. 2010. *Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan*. *Trikonomika* Volume 9, No. 2, Desember 2010, Hal. 124-130 ISSN 1411-514X

- Rianto, Teguh. 2014. *Analisis Potensi Objek Wisata dan Keterpaduan dalam Pengembangan Kawasan Wisata Pangandaran, Kabupaten Pangandaran*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Supranto J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta (ID): Rineka Cipta.
- Supriharyono, M.S. 2000. *Pelestarian Dan Pengelolaan Sumber Daya Alam Di Wilayah Pesisir Tropis*. Jakarta: Gramedia
- Tjiptono, F. 2004. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi
- Yoeti, Oka A. 2008. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Yoeti, Oka A. 2008. *Ekonomi Pariwisata*. Jakarta : Kompas.
- Yulianda. F., A. Fahrudin, A.A. Hutabarat, S. Harteti, Kusharjani, H.S. Kang, & L. Adrianto, 2010. *Pengelolaan pesisir dan laut secara terpadu. Pusdiklat Kehutanan-Departemen Kehutanan RI*. Bogor : SECEM-Korea International Cooperation Agency
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan
- <http://banyuwangikab.go.id/profil/gambaranumum.html>. Diakses 14 juni 2016.